



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



GUÍA DE ÉTICA PARA EMPRESAS INCLUSIVAS

GUÍA DE ÉTICA PARA EMPRESAS INCLUSIVAS

Este documento ha sido posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los puntos de vista de este documento son responsabilidad de FUNDEMÁS y no reflejan necesariamente los de USAID o los del Gobierno de los Estados Unidos.



Este documento es un ejemplo o sugerencia para empresas que deseen iniciar un proceso de comunicación interna, deberá ajustarse de acuerdo a su política de inclusión, tamaño y giro de la empresa.

CONTENIDO

I.	GLOSARIO.....	7
II.	ÉTICA EMPRESARIAL	10
III.	CONSIDERACIONES PREVIAS PARA EL ESTABLECER EL CÓDIGO DE ÉTICA.....	20
IV.	SECCIONES QUE DEBEN INCORPORARSE EN EL CÓDIGO DE ÉTICA	28
V.	A QUIÉN VA DIRIGIDO EL CÓDIGO DE ÉTICA.....	30
VI.	COMPROMISOS DE LA EMPRESA HACIA LA PERSONA EMPLEADA.....	33
VII.	CONSTRUYENDO UN CÓDIGO DE ÉTICA.....	37
VIII.	COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA	48
IX.	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA ..	50

GLOSARIO

Acoso laboral: Es el comportamiento de menosprecio o amenaza dirigido a una persona trabajadora o un grupo de ellas.

Acoso racial: Incidentes o una serie de incidentes destinados o que pueden intimidar, ofender o dañar a un individuo o grupo debido a su origen étnico, color, raza, religión o nacionalidad.

Acoso religioso: Incidente o incidentes destinados a intimidar, ofender o dañar a un individuo debido a sus creencias religiosas.

Acoso sexual: Es el acoso o la coerción de naturaleza sexual y la promesa de recompensa no deseada o inapropiada a cambio de favores sexuales.

Ambiente de trabajo saludable: Se le denomina a la salud, seguridad y bienestar que conciernen al medio psicosocial de las personas colaboradoras y cómo es apreciado dentro del área de trabajo.

Colaborar: Trabajar en conjunto con otras personas en una tarea en común, ya sea creando o ayudando, por lo que tiende a ser de forma desinteresada y por el bien común.

Competencia justa: Se refiere a un mercado libre en el que todas las empresas operan en igualdad de condiciones. Las empresas basan sus prácticas competitivas en el precio, la calidad y el servicio al cliente en lugar de competencia de precios.

Conflicto de interés: Una situación en la que una persona está en posición de obtener un beneficio personal de acciones o decisiones tomadas en su capacidad oficial.

Discriminación: Situación en la que una persona o grupos de personas ha sido tratada de manera desfavorable a causa de prejuicios por pertenecer a diferentes categorías sociales.

Discriminación: Trato diferente, usualmente con prejuicio, a una persona por motivos de raza, sexo, religión, ideales políticos, edad, etc.

Grupos de interés: Conjunto de personas, organizadas en torno a un interés común y por el cual actúan.

Honestidad: Adherencia a los hechos, equidad y sencillez de conducta.

Información confidencial: Información que no debe divulgarse sin expreso del titular del documento.

Integridad: Adhesión firme a un código de valores especialmente morales o artísticos.

Justicia: El mantenimiento o administración de lo que es especialmente por el ajuste imparcial de reclamos en conflicto o la asignación de recompensas o castigos merecidos.

Lealtad: Fiel en lealtad al líder o empresa, así como a la integridad de uno mismo.

Mobbing: Término sociológico que significa intimidación de un individuo por parte de un grupo, en cualquier contexto, ya sea familia, grupo de pares, escuela, lugar de trabajo, vecindario, comunidad o en línea.

Políticas y reglamentos: Se aplican en ámbitos más restringidos y las directrices o guías implementadas dentro de una empresa para que se cumplan los objetivos de negocio.

Prestaciones laborales: Beneficios adicionales a los que la persona trabajadora se hace acreedora al pertenecer a un vínculo laboral, las prestaciones nacen en la relación contractual y serán independientes al salario, podrán consistir en beneficios de carácter económico, cultural o médico, según lo indica la ley y la empresa.

Profesionalismo: Es la manera o la forma de desarrollar cierta actividad profesional con un total compromiso, medida y responsabilidad, acorde a su formación específica y siguiendo las pautas preestablecidas socialmente.

Propiedad intelectual: Productos intangibles, al igual que físicos, reconocido por los países y sujeto a explotación económica por parte de los poseedores legales de dicha propiedad.

Regalos, atenciones o cortesías: Son incentivos monetarios o de algún tipo de favor que puede incluir hasta cenas y almuerzo de manera en la que se utiliza este fortalecimiento entre las partes para generar contratos a base de estos.

Regulaciones laborales: Son normativas en las que se determina el comportamiento de las personas colaboradoras dentro de la empresa, pero también es un texto normativo que legisla las obligaciones de la empresa al empleado en sus condiciones de trabajo.

Relaciones laborales: Son vínculos establecidos en el trabajo, generalmente entre el empleador, capital y el colaborador, en la cual ambas partes tienen obligaciones hacia la otra.

Respeto: Un acto de dar particular consideración a las otras personas sin importar su procedencia o posición.

Sanciones: Pena establecida para el que infringe una ley o una norma legal.

Sistemas de información: Conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de información y datos.

II. ÉTICA EMPRESARIAL

La **ética** proviene de la filosofía que se basa en la sistematización, defensa y reconocimiento de la buena y mala conducta de las personas, es el valor que permite a las personas decidir sobre su comportamiento, moralidad y conceptos del bien y el mal.

La **ética empresarial** es una guía que establece buenas prácticas laborales, las cuales permiten a las empresas crear bienes y servicios con un valor integral saludable y de beneficio para la sociedad en la que opera.

Los **códigos de ética** son valores que orientan el comportamiento de las personas dentro de una empresa, les ayuda a realizar negocios con honestidad e integridad y les permite abordar problemas y situaciones de manera ética, lo cual vuelve la estrategia de negocios más competitiva, ya que las personas empleadas se comportan ante los clientes de manera justa.

Los códigos de ética empresarial tienen que ser establecidos por las empresas, de tal forma que reflejen su misión, visión y valores; variarán dependiendo del sector al que pertenecen y el tipo de operación que realicen.

Cabe aclarar que un código de ética no es un manual de comportamiento, sino más bien de entendimiento entre personas empleadas y la

empresa, donde cada uno conoce las reglas y las advertencias preventivas.



El Código de Ética es una herramienta inspiradora que permite la estandarización de las expectativas de comportamiento, en base a la misión, visión y valores de cada organización.

Nan DeMars

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la manera en que una empresa conduce sus negocios de manera responsable con el medio ambiente y con la sociedad a la que pertenece, incluido su público meta.

Las empresas socialmente responsables forman ciudadanos corporativos que procuran ir más allá de los requerimientos de ley en la incidencia social. Estas empresas son ampliamente

aceptadas a nivel internacional como negocios modernos ya que esta práctica vela por el bienestar de todos los grupos de interés que pueden involucrarse en una empresa: personas colaboradoras, clientes y las comunidades en las que opera.

Pacto Mundial de Naciones Unidas

La RSE incluye la ética empresarial como un factor clave para la empresa y tiende a mejorar los beneficios que ésta provee y recibe. Del mismo modo, la ética empresarial ayuda en el combate contra la corrupción, aspecto que ha incorporado como el décimo principio de la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas.



El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas para que incorporen 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones.

Naciones Unidas

Este Pacto significa un desafío para las empresas, ya que procura evitar el soborno, la extorsión y otras formas de corrupción dentro de las empresas y su cadena de suministros, pero también, está obligada a desarrollar políticas y programas proactivos para abordar la corrupción, trabajando colectivamente con la sociedad civil,

los gobiernos y las agencias de Naciones Unidas para lograr una economía global más transparente.

Es importante que todas las empresas conozcan este Pacto y apliquen sus principios para evitar ser afectados:

- Perdiendo la confianza en los negocios entre inversores, clientes, empleados y el público, siendo parte de escándalos de ética empresarial en todo el mundo.
- Enfrentándose a altos riesgos éticos, comerciales y costosos al no combatir eficazmente la corrupción en todas sus formas de manera provisoria.
- Todas las empresas, grandes y pequeñas, son vulnerables a la corrupción, y el potencial de daños es considerable. Las empresas pueden enfrentar:
 - Riesgos legales.
 - Riesgo de reputación.
 - Costos financieros.
 - Falta de confianza por parte de las partes interesadas.

Convención de las Naciones Unidas Contra la Corrupción

Esta Convención reconoce la importancia de las medidas preventivas y punitivas que deben aplicarse ante la corrupción, aborda la naturaleza transfronteriza de la corrupción y promueve disposiciones sobre la cooperación internacional y sobre el retorno del producto de la corrupción¹.

1. La Convención y sus sanciones son manejadas por las oficinas de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

Esta Convención tiene como objetivo:

- a. Reducir los tipos de corrupción que pueden ocurrir a través de las fronteras del país, como el comercio de influencia y el abuso de poder, la corrupción en el sector privado, la malversación de fondos y el lavado de dinero.
- b. Fortalecer la aplicación de la ley internacional y la cooperación judicial entre países al proporcionar mecanismos legales efectivos para la recuperación internacional de activos.

Objetivo de Desarrollo Sostenible, número 16

Es uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas en 2015. El cual:



Promueve sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, proporciona acceso a la justicia para todos y construye instituciones eficaces, responsables e inclusivas en todos los niveles.

A continuación, algunos objetivos específicos que actúan en contra de la corrupción:

- a. Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas.
- b. Desarrollar instituciones efectivas, responsables y transparentes en todos los niveles.
- c. Garantizar una toma de decisiones receptiva, inclusiva, participativa y representativa en todos los niveles.

- d. Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con la legislación nacional y los acuerdos internacionales.

Norma ISO 26000 de responsabilidad social

La ISO 26000 proporciona orientación sobre cómo las empresas y organizaciones pueden operar de manera socialmente responsable. Esto significa actuar de una manera ética y transparente que contribuya a la salud y el bienestar de la sociedad.

7 PRINCIPIOS CLAVE

Raíces del comportamiento socialmente responsable

1. Responsabilidad.
2. Transparencia.
3. Comportamiento ético.
4. Respeto por los intereses de las partes interesadas.
5. Respeto al Estado de derecho.
6. Respeto a las normas internacionales de comportamiento.
7. Respeto por los derechos humanos.

Conductas éticas y responsables de las empresas

Es importante mencionar que la RSE juega una parte importante en los códigos de ética de la empresa ya que mantienen un equilibrio entre las diferentes dimensiones de la responsabilidad social, denominadas “conductas éticas” aplicadas por colaboradores, proveedores e incluso entidades gubernamentales. Por lo tanto, la conducta ética y responsable es la manera en la que las empresas actúan con sus partes interesadas.

Los principales beneficios del comportamiento ético y responsable son:

- Mejorar la calidad de vida laboral de las personas empleadas.
- Proteger el medio ambiente.
- Mejorar la comunidad donde opera.
- Mejorar el marketing para desarrollar una comercialización responsable.
- Mejorar la ética empresarial.

Identidad de la empresa

Es el objetivo primordial de la comunicación corporativa, ya que presenta a la empresa ante el público (clientes, inversionistas, empleados y cualquier persona involucrada en su actividad comercial diaria), mantiene y facilita las relaciones con otras empresas, por eso debe desarrollarse de acuerdo a su misión, visión y valores fundamentales.

La identidad empresarial tiene que ser clara, fuerte y estable ya que es la base del código de ética de la empresa.

Parte importante de la identidad es la RSE, ya que las empresas tienden a ser apreciadas aún más tanto por sus clientes como por sus colaboradores y proveedores.

La identidad empresarial:

- Incluye elementos visibles que identifican la empresa.
- Incluye elementos intangibles de sus servicios que la distinguen de otras empresas.
- Construye una imagen de marca positiva, con responsabilidad social y ética, lo cual permite generar ventas consistentes y hacer que los lanzamientos de productos sean más exitosos.

- Comunica una imagen de marca positiva y cohesiva que requiere analizar la compañía y su mercado.
- Determinar los objetivos, clientes y mensajes que la empresa desea realizar.

Marca

La marca comunica la personalidad e identidad de la empresa y da forma a las percepciones de los clientes sobre quién es la empresa, proyecta las expectativas y promesas que la empresa extiende a sus clientes en términos de calidad, servicio y transparencia, y genera confianza y lealtad entre quienes hacen negocios con ella.

Para **construir una identidad empresarial sólida** es necesario basarse en:



Estos factores ayudan a la audiencia a diferenciarla de sus competidores y puede influir positivamente en sus decisiones de compra, impactando directamente su rentabilidad. Además, estos aspectos le dan un valor intangible a la empresa ya que de manera indirecta puede influir en los clientes y partes interesadas.



Actividad I: Evaluando la identidad empresarial

A continuación, se presenta una actividad para evaluar la identidad de la empresa en sus ámbitos éticos y de Responsabilidad Social Empresarial.

El resultado de esta actividad ayudará a determinar su posicionamiento en estos temas para usarlos como base del código de ética y que éste que refleje la identidad y la filosofía de la empresa de manera clara, directa y comprensible.

Las siguientes preguntas determinan la trayectoria ética y de RSE de la empresa:

PREGUNTA	ÉTICA	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
A. Identificar a sus clientes		
1. ¿Quién es el cliente ideal?		
Ejemplo: ¿Quién es el cliente ideal?	<i>Son aquellas empresas que utilizan papel en sus operaciones diarias por lo que compran producto al por mayor. Son aquellos que les interesa el medio ambiente, pero saben que el uso de papel es necesario para operar.</i>	<i>Garantizar que el cliente tenga productos que sean biodegradables o generados con una mínima huella medioambiental.</i>
2. ¿Qué puntos de la vida del cliente resuelve la empresa?		

Las siguientes preguntas son para determinar la competitividad de la empresa y cómo esta puede poner en práctica operaciones que se alineen a la RSE:

B. Analizar la empresa y el mercado		
1. ¿Qué tipo de personalidad tiene la empresa?		
2. ¿Qué empresas y marcas son similares?		
3. ¿Cuál es la competencia?		

Las preguntas de a continuación permiten identificar la identidad de la empresa y los aspectos que podrían potenciarla:

C. Creando una identidad de la empresa		
<p>1. ¿Cómo se sienten los clientes con los productos?</p>		
<p>2. ¿Por qué cree que su empresa es diferente?</p>		
<p>3. ¿Por qué sus clientes confían en usted?</p>		
<p>4. ¿Cuáles son las 5 palabras que describen a la empresa?</p>		
<p>5. ¿Qué está mal con su identidad de marca existente?</p>		

En esta sección de preguntar permitirá identificar el objetivo económico de la empresa, lo que se pretende proyectar en la actualidad y a futuro y demostrará si sus operaciones cumplen con la ética de los negocios y la RSE:

D. Determinar los objetivos de negocio		
1. ¿Cómo se puede simplificar la identidad de la empresa?		
2. ¿Cómo se probará la percepción de la marca?		
3. ¿Cuál es el "lenguaje" del público? ¿Es inclusivo?		
4. ¿El logotipo comunica la marca de la empresa?		
5. ¿Cómo interactúa la empresa con los clientes?		
6. ¿Cómo se puede agilizar la imagen de la empresa?		

Las siguientes preguntas determinan el rumbo de la empresa y cómo ésta ha adaptado la ética y la RSE desde sus inicios de manera evolutiva:

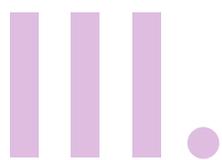
Historia de la identidad de marca		
<p>1. ¿Cuál es su historia?</p>		
<p>2. ¿Cómo suena y de dónde proviene la voz de la empresa?</p>		
<p>3. ¿De dónde proviene la identidad de la empresa?</p>		
<p>4. ¿Cómo se ha mantenido la identidad de la empresa hasta la actualidad?</p>		



Actividad 2: Visión empresarial

La siguiente actividad le servirá para evaluar la identidad de la empresa desde la parte ética y la Responsabilidad Social Empresarial, de esta forma podrá establecer un código de ética que refleje la identidad y la filosofía de la empresa de manera clara, directa y comprensible.

Describa lo que quiere comunicar a su público, incluyendo la personalidad, el mensaje que quiere transmitir y la visión que desea proyectar:



CONSIDERACIONES PREVIAS PARA EL ESTABLECER EL CÓDIGO DE ÉTICA

2.1 Regulaciones legales

Se espera que las personas que trabajan en una empresa cumplan la ley nacional por convicción, sin embargo, algunas personas quebrantan la ley por diversas razones, afectando la imagen de la empresa. Por ejemplo, cuando una persona recibe una multa por manejar bajo la influencia del alcohol y esta persona trabaja como repartidor para la empresa. Por dicho motivo, es importante incluir reglamentos de la ley para no afectar las operaciones de negocios.

2.2 Cumplimiento y normativa

El cumplimiento y la regulación es otro aspecto de los requisitos legales que algunas industrias deben cumplir. De lo contrario, se imponen multas, sanciones y posibles acciones legales contra la empresa, sus líderes y el empleado que infringe las reglas.

2.3 Componentes basados en valores

Es importante incluir todos los valores que sean necesarios para posicionar y cumplir con la misión y visión de la empresa. Algunos valores universales que no deben faltar son: confianza, respeto, responsabilidad, justicia, comprensión y honestidad.

2.4 Consecuencias del incumplimiento

Cuando las empresas discuten los componentes del código de ética, también deben abordarse las acciones por incumplimiento, indicando claramente el proceso y las posibles medidas que se tomará al respecto. En este se debe garantizar que sus acciones disciplinarias serán justas y justificables por el incumplimiento. Por lo tanto, se establecerán niveles de acción disciplinaria y se hará de su conocimiento a las personas colaboradoras.

2.5 Filosofía empresarial

La misión y la visión de la empresa deben ser claras y bien definidas, ya que de ellas depende la filosofía empresarial, la cual define por qué se están haciendo las cosas de la manera en que se hacen.

Tener una filosofía empresarial sólida ayuda a guiar a las personas empleadas en la toma de decisiones, pero también puede ser una herramienta para crear una marca sólida y en general hacer que su lugar de trabajo sea más agradable.



¿Cómo crear una filosofía de empresa? Practica lo que predicas.

2.5.1 La filosofía empresarial debe ser simple

Para que una filosofía sea realmente accionable debe ser concisa, incluyendo prácticas que cualquier persona empleada pueda aplicarlas en la toma de decisiones sin importar el nivel del mando que este dentro de la empresa.

Dado que los negocios a menudo tienen una fuerza laboral y un grupo demográfico diverso, es mejor mantener la filosofía de negocios simples. No hay que expresar la filosofía empresarial de manera confusa o que se preste para la malinterpretación ya que cuando las personas están confundidas ignoran la directiva o se equivocan.

2.5.2 Contratar a personas que se alineen a la filosofía empresarial

Cuando tiene una filosofía empresarial clara es más fácil reclutar personal que ya tiene las mismas filosofías personalmente, es mucho más fácil integrar a alguien que ya cree en lo que estás haciendo que tratar de convencer a alguien que no lo hace. Esto es especialmente verdadero cuando se tocan aspectos de Responsabilidad Social Empresarial, dado que crear una cultura de servicio con personas que ya creen en la causa es más fácil cuando los nuevos colaboradores tienen el valor intrínseco de ayudar a las demás personas.

2.6 Características del Código de Ética

- **Específico:** No dar lugar a interpretaciones ambiguas por lo que tiene que ser concreto en su redacción, sencillo y práctico para el entendimiento de todas las personas colaboradoras de la empresa.
- **Claro:** Su redacción debe ser fácil de entender, concisa y honesta.
- **Completo:** Debe cubrir todos los posibles escenarios en los cuales la ética está presente en el día a día de las operaciones.
- **Perteneciente:** Que sea una parte importante de la empresa y que sea la mejor opción el cumplir con las prácticas éticas dentro de la empresa.
- **De cumplimiento factible:** No se trata de exigir su cumplimiento dentro de un código, sino de aplicar la ética de manera conscientemente.

te. Sin embargo, el Código de Ética debe establecer consecuencias punitivas y debe informarse sobre dichas consecuencias de las acciones tanto dentro como fuera de la empresa.

- **Fácil de cumplir:** Debe contener una base de valores en la misión y visión, de esta forma será de fácil cumplimiento para las personas empleadas.
- **Medible:** Debe ser capaz de desarrollar indicadores de implementación de este.

2.7 Misión, visión, valores

Los Códigos de Ética están establecidos en la base a la visión, misión y valores de la empresa, por eso es importante alinearlos en la creación del código para garantizar su cumplimiento, y que sean aplicables al día a día de las personas colaboradoras.

2.7.1 Misión

Define el tipo de negocio que la empresa realiza y establece su enfoque en las operaciones para alcanzar sus objetivos.



Actividad 3: Escriba la misión de la empresa y analícela desde un punto de vista ético

¿La misión es ética?

¿Demuestra Responsabilidad Social Empresarial?

¿Se puede mejorar?

¿Es posible aplicarla desde cualquier área de la empresa, sea administrativa, operativa, ventas, etc.?

2.7.2 Visión

Describe lo que la empresa aspira ser en un futuro. Es importante que las personas colaboradoras conozcan y compartan la visión empresarial porque el éxito de la empresa depende de cada una de ellas.



Actividad 4: Escriba la misión de la empresa, analícela desde un punto de vista ético y describa con cuál de las áreas las personas colaboradoras pueden sentirse parte y/o identificadas.

2.7.3 Valores

Van acorde al cumplimiento de la misión y visión de la empresa. Los valores son pilares que sustentan y fortalecen la organización de la empresa, por tanto, son indispensables para una empresa ética y responsable.

Existen siete principios éticos universales que orientan a las empresas en la construcción de su misión, visión y el establecimiento de sus valores primordiales. Estos valores son:

Principios éticos universales

1. Honestidad
2. Integridad
3. Lealtad
4. Fidelidad
5. Autonomía
6. Confidencialidad
7. Respeto

Estos principios ayudan a que las personas colaboradoras se sientan más identificadas y arraigadas con la empresa, al mismo tiempo que les ayuda a fortalecer su propia moralidad y

conocimiento de lo que está bien y está mal según sus propios valores. Es importante mencionar que el cumplimiento de estos principios debe verse reflejado desde los altos mandos de la empresa, ya que son ejemplo a seguir para el resto de las personas colaboradoras.



“Cuando los valores son claros, las decisiones son fáciles”.

Muchas empresas se esfuerzan por implementar un sólido código de ética y lo logran cumpliendo la normativa desde la alta dirección y con una mentalidad organizativa fija.

¿Quiénes deben participar en la selección de valores para el Código de Ética?

Es importante la participación de personas empleadas de los diferentes niveles de la empresa y no sólo por las altas gerencias. Es por ello la importancia de conformar un Comité de ética integrado por personas empleadas y jefaturas de la empresa.



Actividad 5: Moviendo la empresa a Marte

Esta actividad es una propuesta de Jim Collins y ayuda para determinar los valores de la empresa, Collins es autor de diferentes libros acerca de la sostenibilidad de negocios en cuanto a temas éticos y de buenas prácticas empresariales.

INDICACIÓN: Organice su equipo de trabajo, pueden ser colaboradores de diferentes áreas de la empresa, realice las siguientes preguntas:

1. Imagine que necesita crear una mini-versión de tu empresa en Marte.
 - Puede enviar personas de su empresa (7 personas máximo) en una nave espacial a Marte para representar los mejores atributos de su negocio.
 - Identifique el grupo de empleados que enviaría en la nave espacial.
 - No puede votar por sí mismo.
 - No puede seleccionar a nadie en el equipo que realice el ejercicio si la empresa es lo suficientemente grande.
2. Examine a las personas que el equipo identificó y haga una lista de los valores que poseen que le hicieron votar por ellos.
 - Debe tener una lista de 10 o más valores empresariales en este punto.
3. Use desafíos para validar cada uno de los valores y determinar si hay alguna manera de que puedan ser disputados por el resto de los colaboradores de la empresa.
4. Algunos valores pueden ser redundantes entre sí, así que comience a reducir su lista a 8 valores máximo.
5. La redacción de los valores se realiza a base de 8 o menos valores, ya que es posible que la empresa desee redactarlos como un compromiso para las personas colaboradoras.

Es más fácil comunicar los valores fundamentales de las empresas cuando sus definiciones se redactan en las palabras de las personas comunicadoras para que sean comprendidas por todo el equipo de la empresa, sus proveedores y terceras partes incluidas.

EQUIPO DE TRABAJO	
Área	Nombre de la personas colaboradora
Recursos Humanos	
Legal	
Contaduría	
Operaciones	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	
...	

¿Qué son los valores?

Ejemplo: Los valores son creencias profundamente arraigadas sobre la forma correcta de hacer las cosas.

-
-
-

¿Cuál es la importancia de tener valores en la vida y el trabajo?

-
-
-
-

¿Cómo se determinan los valores de cada persona?

-
-
-
-

¿Cuáles son ejemplos de valores para el negocio y trabajo?

-
-
-
-

IV. SECCIONES QUE DEBEN INCORPORARSE EN EL CÓDIGO DE ÉTICA

a. Principios generales

Esta sección incluye: los valores, la misión y visión de la empresa, los cuales se convierten en los principios básicos del código de ética. Además, se presenta la justificación moral y social de los códigos de ética.

b. Introducción, aplicabilidad y preámbulo del Código de Ética

Esta área es importante incluirla ya que es donde se explica a las personas empleadas el por qué se crea el Código de Ética o por qué se actualiza, además se detalla la forma de cumplimiento en todo el proceso operativo de la empresa, e incluso al cliente.

c. Historia y fecha efectiva

En esta sección se describe la historia de la empresa, los antecedentes y desde qué momento se hace efectivo el nuevo Código de Ética.

d. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Es un tipo de autorregulación de negocios internacionales privados que tiene como objetivo contribuir a los objetivos sociales de carácter filantrópico, activista o caritativo, participar o apoyar el voluntariado y las prácticas éticamente orientadas.

e. Sección 1: Resolver problemas éticos

En esta sección se dan las pautas para que

tanto las personas colaboradoras como todas las personas involucradas en los procesos de la empresa (proveedores por ejemplo) tengan las herramientas para resolver problemas de manera ética con sus públicos y entre empleados.

f. Sección 2: Competencia

La competencia justa es un eje central en las operaciones de las empresas y el mercado. La competencia fomenta la innovación, la productividad y la diversidad de estas. La ética en la competencia empresarial se ve mayormente cuando las empresas figuran en bolsas de valores nacionales e internacionales, sin embargo, es importante de colocar ya que estas son las pautas para selección de contratistas y proveedores.

g. Sección 3: Relaciones humanas

En esta área se explican las interacciones que tienen que tener las personas empleadas entre sí y cuando la reputación de la empresa puede verse afectada. En esta área se comparten las regulaciones sobre discriminación, acoso, daños a terceros en el área personal y conflicto de intereses, así como otras regulaciones que son pertinentes a las operaciones de la empresa.

h. Sección 4: Privacidad y confidencialidad

La confidencialidad implica un conjunto de reglas o una promesa que generalmente se ejecuta a través de acuerdos de confidencialidad

que limitan el acceso o imponen restricciones a ciertos tipos de información, esto es usual en las empresas resguardar la información de las operaciones y con los clientes.

i. Sección 5: Comunicaciones y otras declaraciones públicas

Es importante que las empresas divulguen y compartan la importancia del Código de Ética y planifiquen cómo lo comunicarán día a día para que sus personas colaboradoras y proveedoras lo adopten y se apropien. En esta sección se pueden incluir las actividades que se van a realizar sobre publicidad y promoción tanto dentro de la empresa como externamente.

j. Sección 6: Denuncias

En el área de denuncias tienen que estar las violaciones al Código de Ética. Las infracciones más comunes en las empresas son: el acoso, el fraude, falta de responsabilidades en el trabajo, falta de profesionalismo, entre otros. En esta sección también debe especificarse la forma de denunciar dentro de la empresa y de qué manera la empresa y el Comité de ética reacciona a las denuncias.



m. Sección 9: Sanciones

Parte importante del código es la claridad de las sanciones según las diferentes faltas cometidas al Código de Ética. Las regulaciones garantizan que las sanciones sean justas y apropiadas con una base de razón específica de evidencias. Así mismo, las sanciones tienen que cumplir con los principios legales que el país establezca según el tema en cuestión.

k. Sección 7: Confidencialidad y seguridad en procedimientos

Este apartado es de mucha importancia, principalmente para la sección de denuncias, ya que la confidencialidad es importante para la seguridad empresarial. Por tanto, en esta sección debe regularse la seguridad y privacidad de las personas y de la empresa para que se cree un ambiente laboral sano y seguro, en el que exista la confianza de que un comité ético implementará el Código de Ética de manera adecuada y justa.

l. Sección 8: Evaluación y cumplimiento

En esta sección se explican los procesos de denuncias y los casos éticos que serán evaluados por el Comité de ética y por la entidad que regula a éste (junta directiva de las empresas por ejemplo). Este paso favorece la transparencia empresarial, y es importante porque se dan a conocer cómo se realizarán las evaluaciones y cómo se hará cumplir el Código de Ética.

Las amonestaciones dependen de la gravedad de los actos. De menor a mayor pueden ser:

- Verbales
- Escrito en expediente
- Suspensión
- Despido

La empresa puede sancionar de otra manera basándose en las leyes del país, según la falta cometida.

V. A QUIÉN VA DIRIGIDO EL CÓDIGO DE ÉTICA



Actividad 6

Esta actividad ayuda a potenciar la comprensión y aplicabilidad del Código de Ética en la empresa con todas las partes involucradas: personas colaboradoras, clientes, proveedores, público en general.

Así mismo, se evalúa la presentación o redacción del Código ante los diferentes públicos, su comprensión y divulgación por diversos medios, incluidas las redes sociales o la comunicación informal.

4.1 Personas colaboradoras

Son las personas que prestan servicios a una empresa y que son retribuidos por su labor.

CARGO	CÓMO LOGRAR QUE ADOpte COMPORTAMIENTOS ÉTICOS	FACTORES COMUNES

4.2 Contratistas

Persona o compañía que realiza un contrato con otra para proporcionar materiales o mano de obra para realizar un servicio o hacer un trabajo en nombre de la empresa que contrata.

CARGO	CÓMO LOGRAR QUE ADOPTE COMPORTAMIENTOS ÉTICOS	FACTORES COMUNES

4.3 Clientes

Una persona que recibe un bien o servicios de una empresa.

CARGO	CÓMO LOGRAR QUE ADOPTE COMPORTAMIENTOS ÉTICOS	FACTORES COMUNES

4.4 Diferentes grupos de interés

Una persona empleada, cliente o ciudadano que está involucrado con una organización, sociedad, etc. y por lo tanto tiene responsabilidades hacia ella e interés en su éxito.

CARGO	CÓMO LOGRAR QUE ADOpte COMPORTAMIENTOS ÉTICOS	FACTORES COMUNES

VI. COMPROMISOS DE LA EMPRESA HACIA LA PERSONA EMPLEADA

Los compromisos, deseos y/o anhelos son las bases del contenido en los compromisos a establecerse en los códigos de ética ya que de estos salen las directrices de los apartados de las conductas esperadas de parte de toda la empresa. Por lo tanto, el Comité de ética, una vez evaluado los valores que la empresa quiere y ya de por sí representa, deberá crear una lista de los compromisos que son esperados por las altas gerencias, y por los empleados mismos. Éstos deben ser modificables de manera adecuada para que se alineen con los compromisos establecidos.

A continuación, se presenta una lista de compromisos, deseos y anhelos que pueden ser utilizados como base para crear la lista de las empresas y se dejan espacios libres para que se incluyan los compromisos pertinentes a cada empresa específica.

- Garantizar la rentabilidad del negocio.
- Garantizar una buena reputación e imagen de la empresa a través de nuestro ejemplo de comportamiento dentro y fuera de la empresa.
- Cada empleado es un representante de su empresa y sus acciones son un reflejo de ella, por lo tanto, hay que considerar un comportamiento ético en los diferentes ámbitos.

- Utilizar de manera adecuada con los activos de la empresa.
- Garantizar relaciones laborales que tengan como base el respeto.
- Reducir riesgos y costos de manera segura y adecuada.
- Mantener relaciones contractuales exitosas.
- Mejorar la competitividad de la empresa.
- Proporcionar y mantener un entorno favorable al medio ambiente.
- Ser generador de impactos positivos en las comunidades.
- Promover alianzas éticas con la admiración pública.
- Mejorar el país de manera positiva y sostenible para el futuro.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Se deben poner guías mínimas de base o ampliar para la redacción de un Código de Ética como lo muestra la siguiente tabla. A esta se

le pueden agregar secciones e ideas y puede ser modificada de manera que estas conductas sean adecuadas al Código de Ética de las empresas.

ALTA DIRECCIÓN	
Hacia la gente	Valores
<ul style="list-style-type: none"> • No aceptar sobornos. • Negociar de manera transparente y honesta. • Apoyar a la anticorrupción. • Reconocer errores y actuar para corregirlos. • Manejar responsablemente los recursos físicos y financieros de la empresa. • Tener una relación laboral estable. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Basar sus acciones en principios y valores. • Manejar con honradez los bienes de la empresa. • Responsabilizar acciones y actuaciones. • Practicar y proyectar valores como la honestidad, transparencia y tolerancia. • Dar ejemplo de cumplimiento. • _____ • _____ • _____ • _____ • _____

ALTA DIRECCIÓN	
Relaciones laborales	Toma de decisiones
<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar las opiniones de sus personas colaboradoras. • Reconocer valores, fortalezas y habilidades en sus personas colaboradoras. • Promover la armonía en los equipos de trabajo. • Respetar a las personas empleadas. • Responder oportunamente a las necesidades de las personas empleadas. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Practicar con justicia la toma de decisiones sin preferencias. • Luchar por el cumplimiento de la misión. • Luchar por el cumplimiento de la visión y valores de la empresa. • Buscar soluciones y alternativas para resolver diferentes instancias. • _____ • _____ • _____ • _____ • _____

ALTA DIRECCIÓN	
Discriminación	Medio ambiente
<ul style="list-style-type: none"> • No discriminar por razones políticas, religiosas, de raza, género, o tendencia sexual. • No abusar de la autoridad. • Proporcionar un ambiente agradable para todas las personas. • Buscar soluciones y no culpables. • Crear un ambiente de confianza, respeto y honestidad. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorar y promover el respeto a la naturaleza. • Promover el ahorro de energía y agua. • Promover actividades que protejan el medio ambiente en la comunidad. • No promueven el trabajo infantil. • Promover la conservación de áreas naturales. • Promover el reciclaje. • _____ • _____ • _____ • _____

Se puede realizar una actividad para determinar las expectativas que las personas empleadas tienen y las necesidades que tienen de parte de la empresa.

PERSONAS EMPLEADAS	
Hacia la empresa	Valores
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir a cabalidad y responsablemente las funciones asignadas. • Preocuparse por la calidad de resultados. • Emprender con entusiasmo las diferentes acciones programadas en la empresa. • Proporcionar información real. • Hacen lo que esté a su alcance para mantener la buena imagen de la empresa. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar los compromisos adquiridos y los horarios. • Asumir como suya la misión y la visión de la empresa. • Apreciar y valorar su trabajo. • Actuar con honestidad en el desarrollo de cualquier actividad laboral, social, lúdica o deportiva. • _____ • _____ • _____ • _____

PERSONAS EMPLEADAS	
Relaciones laborales	Derechos laborales
<ul style="list-style-type: none"> • Asumir las críticas positivamente. • Cumplir con los objetivos de su cargo y en ocasiones sobrepasar las expectativas. • Trabajar con empeño y dedicación. • Trabajar constantemente por superar sus debilidades. • Estar dispuestos a atender imprevistos y urgencias. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Reclamar y hacer respetar sus derechos en buenos términos. • Reconocer sus debilidades y gestionar la búsqueda de aprendizaje. • Expresar sus ideas con seguridad. • Expresar abiertamente su pensamiento. • Buscar los espacios adecuados para expresar inconformidades. • _____ • _____ • _____ • _____

PERSONAS EMPLEADAS	
Discriminación	Medio ambiente
<ul style="list-style-type: none"> • No discriminar a compañeros y clientes por razones religiosas, de raza, género o tendencia sexual. • Respetar las diferencias sociales y culturales que cada uno realiza. • Escuchar las opiniones de las demás personas. • Respetar el producto del trabajo que cada persona realiza. • _____ • _____ • _____ • _____ 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los logros de su equipo de trabajo y resaltar los logros individuales de cada persona. • Buscar soluciones y no culpables. • Mantener armonía con el equipo de trabajo. • Ayudar a personas nuevas empleadas para que se incorporen a los equipos. • Apoyar a sus compañeros de trabajo. • _____ • _____ • _____ • _____

Queda claro que la empresa anhela que sus personas colaboradoras y proveedoras cumplan, no sólo para el bien de la empresa, sino también para el bienestar de todas las partes.

VII. CONSTRUYENDO UN CÓDIGO DE ÉTICA

Pasos para la creación de un Comité de ética

El Comité de ética se establece para crear y vigilar el cumplimiento del Código de ética, para que en los casos en que se quebrante la ética empresarial, se apliquen sanciones y se tomen decisiones con la seguridad de que son las correctas ética e imparcialmente.

A continuación se guía paso a paso cómo crear su Comité de ética:

PASO I: Compromiso de liderazgo

Identifique y delegue a una persona como defensora de la ética dentro de la empresa, seleccionando entre el personal de los diferentes departamentos administrativos de la empresa.



Actividad7: Creando nuestro Código de Ética

Miembros del Comité

En esta parte se eligen las personas que integrarán el Comité, se debe tener claro cuáles son las características que tiene que tener cada integrante, por lo que abajo se muestra una cuadrícula para determinar quiénes en la empresa tiene las características, finalmente se puede crear una lista pequeña de posibles integrantes del Comité de ética.

MIEMBROS DEL COMITÉ DE ÉTICA	
Aspectos necesarios para pertenecer al Comité de ética	Posibles personas integrantes
(Ej.) I. Ser reconocidos por sus valores. 1.	<ul style="list-style-type: none">•••
2.	<ul style="list-style-type: none">•••
3.	<ul style="list-style-type: none">•••
4.	<ul style="list-style-type: none">•••
5.	<ul style="list-style-type: none">•••
6.	<ul style="list-style-type: none">•••

Nota: Se pueden agregar espacios según sea necesario y dependiendo del tamaño de la empresa.

Responsabilidades dentro del Comité de ética

Cada persona integrante del Comité debe tener una responsabilidad. A continuación se presenta un cuadro que puede servir de modelo, donde se establece una actividad dentro del Comité, notas sobre dicha tarea y una persona responsable.

ACTIVIDAD POR HACER	NOTAS DE LA ACTIVIDAD REALIZADA	PERSONA RESPONSABLE
Determinar que el liderazgo tenga la capacidad de llevar a cabo la organización del programa de mejoras en el Código de Ética de manera imparcial.		
Asegurar la aprobación del alto mando de la empresa para tener la responsabilidad de crear el proceso de toma de decisiones éticas de la empresa.		
Crear una declaración pública sobre el proceso de toma de decisiones éticas que se implementará. Pueden realizarse las siguientes actividades:		
Dedicar tiempo, fondos o recursos para actividades de ética, por ejemplo: capacitaciones, establecimiento y reuniones de comités u otras actividades que puedan conllevar el sentido a las personas colaboradoras.		
Acuerdo para tener a una persona designada como presidente del Comité o revisor final de las decisiones del Comité.		

PASO 2: Educar al personal

El desarrollo de una infraestructura ética debe comenzar dentro del departamento administrativo de la empresa. Por lo que todo el personal tiene que entender las premisas clave de la ética, la estructura y el proceso de la toma de decisiones de la empresa.

Para educar al personal en materia de ética se debe:

- a. Considerar la capacitación en ética como parte de las reuniones de todo el personal, puede crearse un plan de desarrollo de la fuerza laboral en materia de ética.

- b. Dirigir al personal hacia los documentos de referencia de la ética dentro de la empresa, sea el Código de Ética o capacitaciones acerca del tema.

PASO 3: Seleccionar a las personas integrantes del comité de ética

La cantidad de integrantes del Comité dependerá del tamaño de la empresa, la variedad de intereses representados en su comunidad o la naturaleza del problema en particular que se está abordando. El Comité puede incluir integrantes rotativos, dependiendo del tema a ser tratado en particular, las demás personas deben tener un cargo permanente para garantizar la continuidad.



Actividad 8: Establecer funciones de las personas que integran el Comité de ética

Es importante establecer el rol o función de las personas que integrarán el Comité de ética.

ROL: PERSONA COORDINADORA DE ÉTICA

Organizará, facilitará y programará reuniones.
Supervisará el Comité y garantizará que el cumplimiento del protocolo sea adecuado y se apliquen los intereses correspondientes; también, se encargará de la logística de las reuniones del Comité y el proceso deliberativo.

ROL: PERSONA ASESORA LEGAL

La participación de esta persona garantizará que el Comité esté al tanto de las legalidades relevantes y las limitaciones de dichas legalidades nacionales en base a los estatutos, las normas y los precedentes que se encuentran en la ley. Por lo cual, esta persona debe ser local y tener experiencia trabajando con empresas.

ROL: PERSONA ASESORA DE ÉTICA LOCAL

Esta persona ayudará a proporcionar una perspectiva de ética empresarial de manera que sea apropiada y académica.

ROL:**ROL:****ROL:****ROL:**



Actividad: Establecer funciones de las personas que integran el Comité de ética

Es importante tener el apoyo de todo el personal de empresa, por eso, este cuadro le permite seleccionar a diferentes personas para que contribuyan, desde su punto de vista, en la formación del Código de Ética. Estas personas pueden ser terceros de la empresa, por tanto, puede evaluarse a diferentes personas.

GRUPO DE INTERÉS	PERSONA DESIGNADO	RAZÓN
Ej. Colaboradores	Ej. Juan Pérez	Ej. Esta persona tiene conocimiento sobre las operaciones de campo.

PASO 4:**Formación constante a integrantes del comité de ética**

Las personas que integran el Comité deben tener conocimiento básico sobre la ética empresarial y su aplicabilidad en los diferentes escenarios empresariales. Por eso, es indispensable tener un plan de capacitación anual sobre temas de ética empresarial, el cual puede ejecutarse en diferentes sesiones a lo largo del año.

TEMA DE CAPACITACIÓN	OBJETIVO	FECHA DE FORMACIÓN

Recomendación: Discutir estudio de casos encontrados en la literatura o desarrollados por integrantes del Comité.

PASO 5: Identificación de la filosofía empresarial

El Comité debe identificar y conocer de manera personal los valores, principios, misión y visión de la empresa para que estos sean alineados con el Código de Ética. En el caso de diferentes empresas se deben identificar los códigos de ética relevantes según la industria.

Se pueden realizar sesiones o talleres especiales para que las personas integrantes conozcan el código de Ética y los valores de la empresa,

hagan preguntas y se apropien de él para garantizar su aplicabilidad de manera eficiente.

PASO 6: Contruir una guía para el comité de ética

Esta guía describe el propósito, los procesos y la estructura del Comité. El documento debe justificar la creación del Comité y resaltar los componentes clave del proceso deliberativo. La adhesión a un estatuto garantizará la calidad y la consistencia del Comité.



Actividad: Guía para el Comité de Ética

Debe incluirse la siguiente información en la guía para el Comité:

PROPÓSITO
VALORES Y SUPOSICIONES

TÉRMINOS CLAVE

--

ALCANCE

--

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

--

POLÍTICAS

--

PROCEDIMIENTOS

--

PASO 7:

Establecer procesos del comité

Dado el nivel de confianza y responsabilidad otorgado al Comité, es importante establecer un proceso claro y consistente que el Comité debe seguir según el caso. El proceso debe abarcar todos los aspectos del mecanismo de toma de decisiones desde la admisión de denuncias hasta las sanciones y recomendaciones.

PASO 8:

Conducir el proceso y debatir

Una vez que tenga todas sus "P" en orden (políticas, procedimientos y papeleo), la mejor manera de probar la efectividad del Comité es comenzar a deliberar casos éticos en manera de casos de estudio. Después de que el Comité haya obtenido un nivel satisfactorio de comodidad con el proceso, le recomendamos que realice el proceso piloto con un problema de ética real planteado en su departamento.

Para crear un estudio de caso hay que tener en cuenta los siguientes puntos:

- Desarrollar un plan de comunicación para posicionar y dar a conocer el Comité interna y externamente.
- Si es necesario, comuníquese con la alta gerencia para obtener orientación continua para mantener el comité en funcionamiento.
- Siempre hay que documentar la deliberación y el resultado de los problemas éticos. Aún si no es público que se tenga un respaldo de gestión y resultados.

PASO 9:

Evaluación continua

Es importante evaluar periódicamente la efectividad de cualquier iniciativa, especialmente un programa de ética. A continuación se presentan ejemplo de preguntas a realizar:

¿EL COMPROMISO CON EL CÓDIGO DE ÉTICA SIGUEN PRESENTE?

--

¿CUÁL HA SIDO EL IMPACTO DE LOS CAMBIOS RECIENTES? ¿QUÉ NUEVOS RETOS ESTÁN SURGIENDO?

Empty response box for the first question.

¿SE ESTÁN CUMPLIENDO LAS METAS Y LOS OBJETIVOS RELACIONADOS CON LA ÉTICA?

Empty response box for the second question.

¿QUÉ NUEVOS RETOS ESTÁN SURGIENDO?

Empty response box for the third question.

VIII. COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA

Es importante comunicar a las personas empleadas sobre el Código de Ética, su funcionamiento, por quiénes está integrado el Comité y cuál será el proceso de aplicabilidad del Código. La comunicación también ayudará a crear un compromiso con los códigos de ética de las empresas, por tanto, es necesario que el Comité y la alta gerencia inviertan tiempo y recursos para lograr que todas las partes interesadas de la empresa tengan la información y conocimiento necesario. Cada empresa debe establecer su estrategia de comunicación.

Tácticas para lograr compromiso

- **Generar una necesidad en las personas colaboradoras sobre la importancia del Código de Ética**

Es importante que las personas, en todos los niveles de la empresa, sientan la necesidad de tener un Código de Ética y la importancia de aplicarlo en el día a día de las operaciones.

A través de diferentes formas se puede recordar el Código de Ética en los equipos de trabajo de manera constante, siendo creativos y dinámicos. Para ello, pueden im-

plementarse campañas de comunicación interna que incluyan estrategias para darlo a conocer y replicarlo en todos los escenarios.

- **Constante formación para las personas colaboradoras**

En el mundo actual de los negocios, donde todo está en constante cambio y surgen nuevas ideas, necesidades y obligaciones para las empresas, el capital humano necesita mantenerse al tanto de estas tendencias. Por esto, es importante capacitar a los equipos de trabajo sobre el código de ética, participar en congresos o conferencias que les den las herramientas necesarias para estar al día en temas de ética empresarial, esto beneficia equipos de trabajo, y representan aspectos diferenciadores de la compañía.

- **Promover actitudes éticas**

Realizar actividades con todo el equipo de trabajo para presentar vidas ejemplares, referencias de cómo enfrentar problemas éticos (videos, historias, diapositivas, etc.). Es importante que en estas actividades estén todas o la mayor parte de las personas colaboradoras de la empresa, pueden aprovecharse las reuniones anuales, celebraciones importantes, etc.

Estas actividades mantienen a las personas entusiasmadas, optimistas y positivas sobre su trabajo en la empresa.

- **Comunicación interna eficiente**

Es necesario mantener buena comunicación entre las personas colaboradoras para resolver sus dudas, escuchar comentarios, inquietudes o sugerencias. La comunicación no necesariamente debe ser a diario, puede haber una calendarización dentro del Plan de comunicación interno.

- **Encuestas periódicas sobre el Código de Ética**

Esta herramienta permitirá determinar qué tan exitosas son las estrategias que se estén implementando para elevar el bienestar de las personas colaboradoras. Una encuesta de satisfacción se puede convertir en la columna vertebral que dé soporte a todas las iniciativas para mejorar el clima laboral y lograr el compromiso hacia la compañía; por ello, también es importante que este instrumento se diseñe y aplique de forma correcta, pues de esto dependerá el éxito en la obtención de resultados.

IX.

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA

Cuando las empresas tienen un código de ética establecido, es conveniente que evalúen el conocimiento que sus personas colaboradoras tienen sobre éste, ya que en ocasiones tienen poco o nulo conocimiento. La siguiente actividad ayuda para conocer el nivel de conocimiento que las personas colaboradoras tienen sobre el Código de Ética empresarial, el Comité ético puede modificar según sea necesario.

PARTE I - PREGUNTAS SOBRE NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA

1. ¿Tiene conocimiento del Código de Ética de la empresa?

SÍ ___ NO ___

2. ¿Cuándo fue la última vez que le capacitaron sobre el Código de Ética?

- Hace 3 años
- Hace 2 años
- Hace un año
- Nunca

3. ¿Ha leído el Código de Ética de la empresa?

SÍ ___ NO ___

4. ¿Conoce dónde puede consultar/descargar u obtener una copia del Código de Ética de la empresa?

SÍ ___ NO ___

5. En la escala del 1 al 10, considera que ¿El Código de Ética es claro y maneja un lenguaje sencillo?

¿Por qué? _____

6. ¿El Código de Ética le permite recordar con facilidad los valores de la empresa?

MUCHO__ REGULAR__ POCO__

7. ¿Cuáles son los valores institucionales?

8. ¿Conoce las conductas esperadas detalladas en el Código de Ética?

SÍ__ NO__

PARTE 2 - PREGUNTAS SOBRE NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA

1. ¿Considera que se aplican las conductas esperadas detalladas en el Código de Ética?

SIEMPRE__ A VECES__ NUNCA__

2. ¿En su área de trabajo se aplican las conductas esperadas del Código de Ética?

SIEMPRE__ A VECES__ NUNCA__

3. En su desempeño laboral aplica las conductas esperadas?

SIEMPRE__ A VECES__ NUNCA__

Nota: En la siguiente pregunta se ponen los valores de la empresa, se modifican de acuerdo con la cantidad y se agregan los espacios según sea necesario.

4. ¿Considera usted que los valores de su empresa puede vivirlos y ponerlos en práctica dentro de su área de trabajo?

5. Enumere los valores del Código de Ética aplicado con más frecuencia en sus actividades laborales. Siendo I el de mayor frecuencia y X el de menor frecuencia.

PARTE 3 - PREGUNTAS SOBRE LOS PROCEDIMIENTOS DE DENUNCIA

1. ¿A quién le puede consultar sobre la aplicación del Código de Ética?

- Jefaturas
- Persona coordinadora de ética
- Comité de ética
- Órgano consultivo
- Otro. Especifique: _____
- Ninguna

Nota: En la siguiente pregunta se adjuntan los medios o canales que las personas colaboradoras y empleadas tienen para reportar denuncias de incumplimiento del Código de Ética, de no haber una manera explícita, se puede retirar la pregunta.

2. ¿Cuáles de estos canales conoce para interponer denuncias sobre vulneraciones al Código de Ética?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- Todas las anteriores
- Ninguno

3. ¿Confía usted en el proceso de resolución de conflictos del Código de Ética?

SÍ ___ NO ___

¿Por qué? _____

4. ¿Conoce usted las funciones de los órganos de administración del Código de Ética?

SÍ ___

¿Cuáles son? _____

NO ___

5. ¿Ha sido de su conocimiento algún caso de infracción al Código de ética que no fue interpuesta la denuncia?

SÍ ___ NO___

Si su respuesta es SI, ¿Sabe la razón por la cual no se denunció?

PARTE 5 - SUGERENCIAS Y MEJORAS

1. ¿Tiene usted alguna propuesta o sugerencia para mejorar el contenido del Código de ética?

___ Hacerlo más claro y sencillo.

___ Adecuar los valores que contiene.

___ Realizar una mayor difusión de su contenido.

___ Mejorar el procedimiento de evaluación.

___ Realizar reuniones para su difusión.

___ Otra: _____



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



Fundemas
Sumando sostenemos el futuro

